

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ИНТЕЛЕКТУАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

ТКАЧЕВА Н.П.,

к.е.н., доцент

НТУ «Харьковский политехнический университет»

г. Харьков, Украина

ПЕРЕРВА П.Г.,

д.э.н., профессор

НТУ «Харьковский политехнический университет»

г. Харьков, Украина

Современное состояние развития национальной экономики и повышения её конкурентоспособности связаны, в первую очередь, с повышением конкурентоспособности её хозяйствующих субъектов и, прежде всего, предприятий отрасли машиностроения потери которых в ходе экономических реформ оказались наиболее существенными. Успех решения задач по выявлению и формированию интеллектуальных конкурентных преимуществ промышленных предприятий в большой мере зависят от уровня разработки методических подходов по созданию и эффективному функционированию механизма интеллектуальных конкурентных преимуществ [8-11].

Конкурентоспособность организаций – это способность производителей и продавцов товаров конкурировать со своим соперниками, поставляющими на те же рынки аналогичные товары. В такой конкурентной борьбе, за овладением рынками, организации для привлечения покупателей используют рекламу, снижение цен, повышение качества продукции, оказание допродажных и

послепродажных услуг. Конкурентоспособность означает степень преимущества продукта на рынке по сравнению с другими, конкурирующими продуктами, аналогичного назначения [1, с. 125]. Конкурентное преимущество – это эксклюзивная ценность, которой обладает организация и которая дает ей превосходство перед конкурентами [4, с. 232]. Т. Питере и Б. Уотермен сформулировали общие принципы которые дают конкурентные преимущества производителям [5, с. 189]:

- нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- близость предприятия к клиенту;
- создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- демонстрация важности общих для предприятия;
- умение твердо стоять на своем;
- простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала;
- умение, быть одновременно мягким и жестким. Держать под жестким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчиненным менее важные.

Как показывает мировая практика рыночных отношений, взаимосвязанное решение этих проблем и использование данных принципов гарантирует повышение конкурентоспособности предприятий. Главными направлениями обеспечения конкурентного преимущества организации являются: концентрация ресурсов фирмы для упреждения действий конкурентов, удерживание инициативы в конкурентной борьбе, обеспечение ресурсного потенциала для достижения поставленных целей, разработка гибкой системы планирования деятельности фирмы на рынке путем обоснования эффективной стратегии взаимодействия с конкурентами.

Конкурентное преимущество, которым обладают на конкретных рынках различные соперники (конкуренты), является существенным фактором климата, или конкурентной ситуации, на рынке товара. Конкурентное преимущество определяется набором характеристик, свойств товара или марки, который создает для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами [1, с. 28]. Превосходство оценивается относительным, сравнительным состоянием, положением организации по отношению к конкуренту, занимающему наилучшую позицию на рынке товара или в сегменте рынка. Оно может быть внешним и внутренним.

Конкурентное преимущество является внешним, если оно основано на отличительных качествах товара, которые образуют «ценность для покупателя» ввиду сокращения издержек или повышения эффективности. Внешнее конкурентное преимущество увеличивает рыночную силу фирмы, т. е. способность фирмы заставить рынок принять цену товара, более высокую, чем у приоритетных (самых опасных) конкурентов, не обеспечивающих соответствующего отличительного качества. Внутреннее конкурентное преимущество базируется на превосходстве фирмы в отношении издержек производства, управления фирмой или товаром, которое создает «ценность для изготовителя» и меньшую себестоимость, чем у конкурента. Это преимущество может создаваться благодаря проведению стратегии доминирования по издержкам за счет внедрения организационного и производственного нововведения фирмы. Таким образом, соотношение «рыночной силы» и «производительности» может характеризовать уровень конкурентного превосходства фирмы над конкурентами [8, с.70].

Диагностика конкурентной среды требует не только анализа состояния различных методов конкуренции, но и исследования имиджа товара и имиджа организации. Действительно, снижая цену на свой товар или услугу, организация приобретает возможность укрепить свои позиции по сравнению с конкурентами. Повышение цены товара или услуги приводит к понижению уровня ее конкурентного преимущества. Улучшая качественные характеристики продукта, компания получает значительное превосходство перед конкурентами, что, в свою очередь, может быть основанием для назначения более высокой цены. Если же организация удерживает цену своих товаров на уровне цен конкурентных товаров, то более высокое качество создает ему лидирующее положение на рынке, позволяет увеличить численность потребителей и соответственно размер занимаемой фирмой рыночной доли [7, с. 77]. Так методика оценки конкурентного преимущества опирается на сущность ценности, которая является источником получения преимущества (материальные, нематериальные, денежные, социальные и другие ценности), и зависит от ее содержания, источника происхождения, динамичности проявления, масштаба распространения и других условий.

Рассмотрим основные факторы конкурентного преимущества организаций. Факторы конкурентного преимущества организации подразделяются на внешние и внутренние. Ниже будут приведены типовые конкурентные преимущества, характерные для гипотетической организации, конкретная российская организация может иметь только несколько из перечисленных конкурентных преимуществ. [4, с.246]. В таблице 1 приведен

перечень внешних факторов конкурентного преимущества организации, а в таблице 2 - перечень внутренних факторов конкурентного преимущества.

Таблица 1

Перечень внешних факторов конкурентного преимущества организации

Внешние факторы конкурентного преимущества организации	Что необходимо сделать для достижения и использования конкурентного преимущества в условиях России
<p>1.Уровень конкурентоспособности отрасли</p> <p>2.Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах</p> <p>3.Открытость общества и рынков</p> <p>4.Национальная система стандартизации и сертификации</p> <p>5. Государственная поддержка развития человека</p> <p>6. Государственная поддержка науки и инновационной деятельности</p> <p>7. Качество информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии</p> <p>8. Наличие доступных и дешевых природных ресурсов</p> <p>9. Система подготовки и переподготовки</p>	<p>Принять меры по повышению конкурентоспособности отрасли либо уйти из нее в другую, более конкурентоспособную отрасль</p> <p>Переработать систему поддержки по малому и среднему бизнесу, ориентировав ее на эффективное и законопослушное ведение бизнеса</p> <p>Развитие международного сотрудничества и интеграции, международной свободной конкуренции</p> <p>Активизация работ в этой области, усиление контроля соблюдения международных стандартов и соглашений, правовое обеспечение гармонизации с международной системой</p> <p>Увеличить в десятки раз в российском бюджете расходы на образование, здравоохранение и социальную сферу</p> <p>Совершенствовать систему трансферта (разработка новшеств, их инновация и диффузия), увеличить в десятки раз расходы из бюджета на науку</p> <p>Создание единых национальных информационных центров по сферам или отраслям народного хозяйства, отвечающих последнему слову науки и техники</p> <p>Увеличить удельный вес добываемых из недр Земли ресурсов, находящихся в государственной собственности, не менее чем до 50%. Отладить государственный контроль за расходованием ресурсов</p> <p>Поступление международных, государственных и спонсорских инвестиций в данную сферу и их расходование должны находиться под государственным контролем и давать конкретный результат</p> <p>Охранять окружающую природную среду, повышать</p>

управленческих кадров в стране	качество среды обитания и развивать конкурентные преимущества в этой сфере.
10. Климатические условия и географическое положение страны или региона	Комплексно формировать и реализовывать рыночные отношения
11. Уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране	

Проявление внешних факторов в малой степени зависит от организации, в основном они формируются от уровня конкурентоспособности страны. Факторы, же, которые достигаются и реализуются персоналом, где особую роль играют руководители, называются внутренними.

Перечисленные выше внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества являются максимально возможными для абстрактной организации. Для конкретной организации количество конкурентных преимуществ может быть любым. Таким образом, можно сделать вывод, что чем больше организация имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность, живучесть, эффективность, перспективность. Для этого необходимо повышать научный уровень управления, завоевывать новые конкурентные преимущества и смелее смотреть в будущее.

Список использованной литературы:

1. Перерва, П. Г. Організація та управління інноваційною діяльністю: підруч. / П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорєлов. - Харків: НТУ "ХПІ", 2008. – 1025 с.

2. Kocziszky György, Veres Somosi Mariann, Kobieliava T.O. (2017) Compliance risk in the enterprise, *Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017"*, Харків, НТУ "ХПІ", с. 54-57.

3. Kocziszky György, Veres Somosi Mariann, Kobieliava T.O. (2017) Reputational compliance, *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017"*, Харків, НТУ "ХПІ", с. 140-143.

4. Kocziszky György, Veres Somosi Mariann, Kobieliava T.O. (2017) Compliance risk in the enterprise / Gyorgy Kocziszky, Mariann Veres Somosi, T.O.Kobieliava, *Труди VIII-ої Міжнародної науково-практичної Internet-*

конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017», с. 54-57.

5. Kocziszky György, Veres Somosi Mariann, Pererva P.G. (2017) Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource], Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view> [accessed: 24 June, 2018].

6. Kocziszky György, Veres Somosi Mariann, Pererva P.G. (2018) Compliance of an enterprise *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р., с. 19-20.*

7. Nagy Szabolcs, Pererva P.G. (2018) Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises, *Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., Харків, ХНАДУ, с. 88-89.*

8. Nagy Szabolcs, Sikorska M., Pererva P.G. (2018) Estimation of economic efficiency of power engineering, *Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф. Ч.2., Харків, ХНУБА, с. 3-6.*

9. Nagy, Szabolcs (2017) Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine, *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр., № 46 (1267), с.174-179.*

10. Nagy, Szabolcs Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S. Nagy, M. Sikorska, P. Pererva // *Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.*

11. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Veres Somosi Mariann (2012) Technology transfer, *Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 668 p.*

12. Pererva, P.G., Kosenko, O.P., Tkachev, M.M., Kobieliiev, V.M. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption, Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds, *Prague Institute for Qualification Enhancement, p. 284-294.*

13. Reichling Peter, Pererva P.G. (2017) Estimation of commercial value of patents, *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017", Нац. техн. ун-ту "ХПІ", с. 22-25*

14. Reichling Peter, Pererva, P.G. Anticorruption compliance, *Труди VIII-ої Міжнародної науково-практичної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2017», с.201-202.*

15. Sikorska M., Kocziszky György, Pererva P.G. (2017) Compliance service at guest services enterprises, *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф.*, м. Полтава, ПУЕТ, с. 389-391.